

## AMBIENTE '98

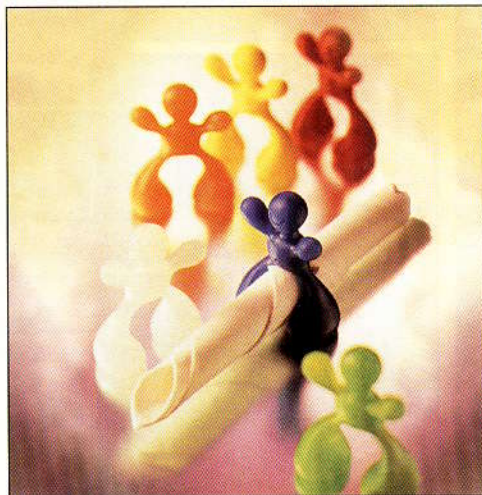


**AZ EGYES** termékek műszaki tartalmán kívül a szakemberek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a használati tárgyak által létrehozott környezet és általuk sugárzott életérzés megismertetésére. Dr. Michael Peters, a Frankfurter Vásár igazgatótanácsának tagja sommásan így nyilatkozott a termékek értékesítési módjáról: „A modern marketing egy álmot ad el, a terméket ezek után már ingyen kapja a vevő”. Példaként néhány „álmotárgyat” mutatunk be.

Az idei Ambiente több híres, jubileumát ünneplő céget is felvonultatott, de mindezek közül kétségtelenül a 250 éves Villeroy & Bosch volt a legjelentősebb. A patinás cég több ét-készlet-kollekcióval is bemutatkozott, melyek



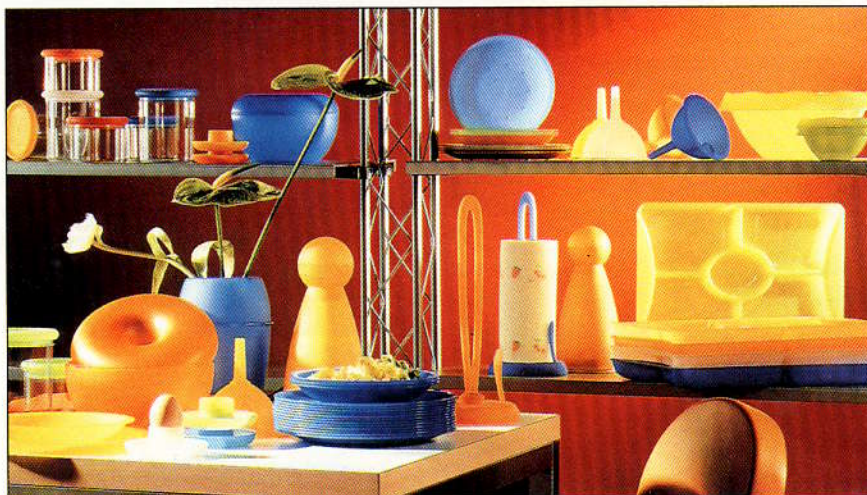
*Február közepén rendezték meg Frankfurtban a világ legnagyobb fogyasztásicikk-vásárát. Közel száz országból több mint ötezer kiállító öt napon keresztül mutatta be termékeit a 120 ezer szakmai látogatónak. Cikkünkben a vendéglátóhelyek berendezőinek a figyelmét szeretnénk felhívni a legújabb design-irányzatokra.*



többnyire híres történelmi alakokról, vagy korokról kapták nevüket.

Az evőeszközök közül a magyar érdeklődéssel is bíró német Hackman gyár kollekcióját emelnénk ki, amely nemes egyszerűségét és tiszta vonalvezetését a bútortervezői múltjáról is jól ismert Antonio Citteriótól kapta. A Wilkens cockpit készlete a hi-tech világában élő XXI. századi stílus kedvelőinek álmát valósítja meg.

Az üvegtárgyak főleg a közületi felhasználók körében arattak nagy sikereket. Olyan gyártóval is találkozhattunk, aki a kifinomultan igényes arculattal rendelkező étteremlánc számára külön terv alapján sorszámozott ét-készletet szállított. A finn IITALA jubiláló tervezője sem kisebb név, mint a századik születésnapját ünneplő Alvar AALTO. A látszólag egyszerűnek tűnő, de mégis minden részletében tökéletesen funkcionális AALTO Vases éttermi üvegváza- és tálcakollekciójának sorozatgyártása a terv bonyolultsága miatt egy kisebb fajta technológiai csoda. A magyar köznyelvbe „jénaiként” már begyökeresedett üvegedényrendszer valójában a Jenaer Glaswerk terméke, amely a vásáron mutatta be speciális irodai kollekcióját „Jenaer Glas in the office” néven. Itt ismét egy jó példáját láthattuk annak, hogy hogyan kell egy jól meghatározott piaci szegmens számára újra megfogalmazni a funkció

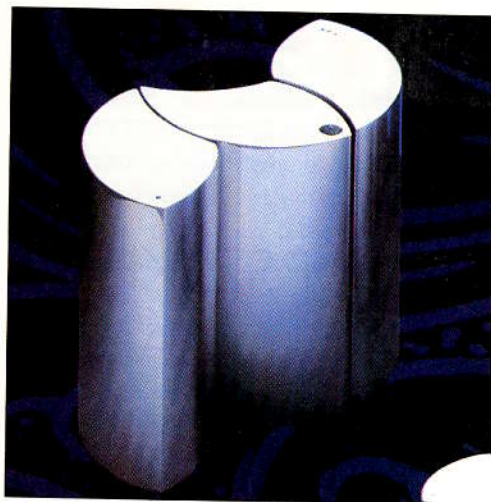






és forma egységét – az üvegedények vonatkozásában.

A finn Arabia gyár EGO kávéscsészéje talán a kiállítás egyik legszellemesebb fejlesztése. Azt hihetnénk, hogy egy éttermi csészét megtervezni egyszerű dolog, de Stefan Lindfors designer határozottan az ellenkezőjét állítja. Az EGO pontosan használójának biztonságát, kényelmét és élvezetét szolgálja. A csésze alsó pereme olyan pontossággal illeszkedik az alátét tányérka belső pereméhez, hogy az a leghevesebb mozdulatnál sem billen ki ölnkbe. A szokatlanul hosszúra hagyott fülhöz, az immár kellően kényelmes markolaton túl további funkció is kapcsolódik, hiszen alatta vég-



re elegendő hely marad a cukornak, illetve apróbb süteményeknek. De, hogy ne csak a vendégek örüljenek az EGO-nak: a könnyű egymásba rakhatóság a szállítást, tárolást szolgálja, az étteremtulajdonosok örömeire csökkentve a törés arányát. További érdekessége a készletnek, hogy az alátét tányér mérete és mélysége több funkcióra is alkalmassá teszi, pl. kistányérként is használható. Ez az az irány, amely felé a hazai fejlesztőknek, tervezőknek és felhasználóknak is haladniuk kell. Ötletes, hangulatos termékek, olykor merész színek, meghökkentő formák, egy dolog mégis közös bennük: minőségi, kézhez álló, kiválóan működő, esztétikus eszközök.

Végezetül álljon itt néhány éttermi, konyhai kiegészítő, amelynek használói valóban elmondhatják, hogy haladnak a korról és odafigyelnek a részletekre. A Rosenthal acél és alumínium, valamint ABS felhasználásával készült asztali kiegészítői jellegzetes dán vonalvezetésről árulkodnak. A Troika gyár Swing kollekcója olyan ötletes formával ruházta fel a só-, bors-, paprikaszórait, hogy azt négyféle módon csoportosíthatja az asztalon a leleményes pincér vagy a puzzle-t kedvelő vendég. A játékos megoldásokban a legtöbb variációt a szalvétagyűrt-gyártók mutatták be, ezek közül a Koziol Little Joe szalvétalovasa a legszellemesebb. A félig áttetsző műanyag használata is egyre elterjedtebb, illetve az ezzel harmonizáló színvilág. A narancssárga, fűzöld, világoskék és sárga színek a 60-as évek hangulatát idézik, valamint korszerűbb anyagválasztással. A Guzzini cég Lollipop kollekcója jól tükrözi a hangulatot, amelynek a szakemberek ugyan nem jósólnak túl hosszú jövőt, de biztosan feltűnik az idén nyáron néhány cukrászda teraszán. Addig is érdemes még jobban odafigyelnünk a részletekre, mint ahogy azt az idei Ambiente 5000 kiállítója is tette.

**FUERTAG OTTÓ**

